新媒体时代传统媒体广播电视发展路径

摘　要：随着科技的不断发展，电子产品的快速普及，在媒体行业占据着非常重要地位的传统广播电视节目不可避免地受到新媒体时代带来的冲击。新媒体平台应运而生，很大程度上影响着人们日常生活获取信息的方式等，是新媒体时代对传统广播电视提出了更高的要求。本文从新媒体时代自身发展出发，对传统媒体广播电视面临的困境进行分析，从而加强传统媒体广播电视与新媒体的融合发展，希望能够为广播电视行业的健康发展提供有益的建议。

关键词：新媒体时代；广播电视；传统媒体
中图分类号：G206　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2018）12-023-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.12.005

文 / 田涛

1. 当前新媒体发展概述

随着互联网的飞速发展，新媒体这一概念成为人们热议的话题。新媒体并不是新型的媒体代名词，新媒体的概念是相对传统媒体而言的。纵观媒体行业的发展，结合市场动态认知，新媒体的出现是信息数字技术及网络技术等必要支撑之下而产生的。相对于传统媒体，新媒体在技术、形式、理念上等都与之大不相同，尤其是理念上的革新，并且新媒体介质分类的不同，产生了林林总总的定义，所以，当前新媒体的定义也是学者值得研究的一个问题。但无论如何界定，都不同于“传统媒体”。

在大数据时代的引领下，互联网信息技术不断升级，新媒体充分发挥自身优势，发展势头迅猛，对传统媒体广播电视发展产生了强大的冲击。各种类型的新媒体越来越受到关注，影响和改变了人们日常获取信息的方式渠道，同时给人们的生活带来极大便利。当下，人们依托网络技术的发展，只需要手机、电脑、网络等基本的信息技术载体搭建，便可以进行信息交流与互动传播，成为一种新媒体的存在。新媒体依托自身优势，可以成为信息点播与实时互动中信息发送者与接收者，让人们有更好的体验。从当前新媒体的发展情况来看，基于我国移动互联网技术升级与智能手机的普及，新媒体的受众群体极其庞大。截至到 2017 年 12 月，我国网民人数已突破 8 亿，智能手机用户数量已达到 12 亿人次，如此庞大的数据，对新媒体的发展起到举足轻重的作用。另外，随着人们生活方式的日益改变，接受新鲜事物的能力提升，新媒体的发展已成为促进传媒产业快速增长的源动力，形成了新的经济增长点，涌现出了大量的社交媒体、数据资源等新的媒体发展形式，对传统媒体的发展造成冲击并有赶超之势，将成为当下媒体行业新主流。

2. 传统媒体广播电视新媒体形势下面对的困境

传统媒体以广播、电视等为媒介传播信息，新媒体则借助互联网的形式推动，尤其是伴随着互联网一起成长的 90 后、00 后也是新媒体的主要推动者。面对新媒体迅猛发展的态势，传统媒体自身发展受到了强大的冲击。就目前发展看，传统媒体广播电视面临一系列的困境。

2.1 运营管理不灵活

在新媒体时代，传统落后的传播形式和方式无法满足人们日常的生活需要，尤其是年轻受众的实质需求，在信息传播和交流过程中难以真正实现自由传播与有效表达。就传统媒体的管理方面看，从大部分广播电视台在制作节目特有的编排过程可以了解到，工作人员在整个节目编排中受到固有流程的制约，流程涉及工作量大，形式细化且较复杂，与信息技术联系以及呈现效果都有所受限，主观能动性难以发挥。在实际制作以及编排过程中，除了存在技术方法等问题外，由于流程涉及环节复杂，无法结合突发情况进行灵活调整，以致节目效果后期存在影响。另外，随着网络快速推进，传统媒体广播电视新闻节目播放形式若不能抓住时效，第一时间吸引受众群体，那么节目效果即便再好，也失去了观众对信息的感知力，并且无法像新媒体排版等方面自由操作。即便是通过第一时间吸引了观众的注意力，后期仍存在对于节目效果和节目质量的反馈，缺乏传播者与受众者之间的互动，后期的运营以及自身发展定位、影响宣传力和发展机会也将面临一些困难。

2.2 节目内容同质化

新媒体发展显著，传统媒体广播电视则遇到了前所未有的挑战。加之广播电视运营管理不灵活，致使节目内容无法顺应新媒体时代的主流需求变化，在制作过程中仍保留着传统的策划方式和采制逻辑，内容和形式上缺乏适应客观市场的创新性。在短期利益的驱动之下，传统媒体广播电视为了吸引观众眼球和获得较好收视率，往往出现了复制抄袭其他类型收视率较好的节目，或者节目内容相似度很高的类似节目，内容的选择与节目的制作方面缺少自有特色，无法从根本上解决受到新媒体冲击下传统媒体根本性受阻问题。由于节目重复性演变，观众缺乏本应达到的情感体验和视觉效果，不仅使传统

媒体广播电视损失了相应的受众资源，同时使得自身收视率以及未来发展受限。

2.3 专业技能人才缺乏

网络信息化时代，新媒体得到快速发展，离不开该领域内专业的创新人才。就目前传统媒体广播电视发展状态来看，复合型人才的缺失也是制约其发展的障碍。从事传统广播电视行业的工作者数量可观，但人才结构十分单一，虽然专业技术方面的能力过硬，但出谋划策等高端全能型人才缺乏。随着媒体市场不断变化发展，网络信息技术不断升级，传统的人才队伍已经不足以适应新媒体时代下广播电视行业数字化发展的需求。在新媒介环境下，媒介从业人员要从个人的专业素质、项目管理技能、资本投资能力等全方位的高标准来规范自己，为广播电视节目的创新提供更多支撑，以期制作的节目符合新时代的发展要求。

3. 传统媒体广播电视与新媒体有效融合

3.1 开拓媒体运营新渠道

面对迅猛发展的新媒体，传统媒体广播电视应在运营管理领域打开视界，促进与新媒体的融合发展。传统媒体广播电视应运用资本优势条件，打造运营管理更好的环境，利用品牌效应加快技术革新，健全适合融合新媒体的运营机制，独立或合作开发自己特色的新媒体传播渠道。在完善广播电视台自身内部渠道的同时，融合新媒体良好的传播渠道的优势。对于新媒体如何更好的运营和客户资源等信息的安全管理等，都需要传统媒体广播电视长期的学习借鉴和实践积累。另外，传统媒体广播电视要加强互联网技术发展，借力互联网信息渠道做进一步技术改革，借用信息数据吸引力和传播影响力实现信息的共享与互动，获得持续发展的动力。

3.2 搭建媒体内容新平台

传统广播电视与新媒体的传播相比，后者内容更加多元化。一部分原因受限于传播载体，新媒体借助互联网平台实现内容制作和发布的多样性。所以，传统广播电视应借助不同的传播平台，对内容进行不同的定位，使其内容得到极大的丰富，传播形式更加灵活。加之现代化快节奏的生活之下，越来越多的人获得信息追求碎片化、快速化，会对一些社会的敏感话题、热点问题主动关注。所以，传统广播电视与新媒体融合的过程中，节目内容的选取要贴近日常生活，提供能够引导观众正确价值取向的真实信息。节目内容根据搭建的平台，在设计时增加适当的互动环节，让观众具有一定的参与度，参与到节目话题讨论中，实现信息的传播与共享的实现。另外，搭建大数据平台，将传统的广播电视节目转换成网络电视节目，同时接入手机和电脑网站载体进行传播，利于后台数据平台对各类信息进行管理，可以打破广播电视在时间和空间上的限制。传统广播电视采用智能化软件与网络电视对数据信息进行不断推广，结合相关媒介平台，比如微信公众号、官方微博等，可以起到更好的宣传效果。保持自身发展优势，与新媒体内容质量相比，传统广播电视因管理体制的严格更具深度，所以，对具有较高价值的内容进行整合，根据具体情况，在保证节目质量的情况下还可以提高传播度。

3.3 培养人力资源新能力

传统媒体广播电视在与新媒体的融合的过程中，对人力资源提出更高要求。不断“引进来、走出去”培养综合性人才，才能使传统广播电视得到更好的发展。传统广播电视节目利用网络新平台，需要大数据技术支撑，编导需具备一定的信息技术。尤其是在节目和新闻的采编制作，专业的采编和专门的信息采集环节，这些更应该加强人才建设，视频内容的制作更要求专业制作水准和高新技术知识的培养。另外，需要借鉴新媒体发展的平台，充分利用自身优势，对于传统人员进行资源整合，结合长期积累的资金和节目资源，提升综合素质，由专人负责视频网站、微信公众号、官方微博的运营，引入营销和后期宣传平台维护专业人才，运用新媒体运营思维，制定合理的发展规划，实现传播效果的提升。

结语

综上所述， 面对新媒体发展迅猛带来不容小觑的冲击，传统媒体广播电视行业在未来的发展中要逐渐实现自我转型，借鉴新媒体发展经验，以更高的标准加强人才培养，实施人才发展战略，找准自身发展定位和方向，并通过与新媒体有效融合，为观众提供高品质的节目，实现信息传播与共享，不断满足广大观众的实际需要，顺应时代发展潮流。媒

参考文献

[1] 毛鹤 . 新媒体时代下传统广播电视媒体面临的挑战 [J]. 科技传播，2015，7（18）.

[2] 胡晓 . 新媒体时代下传统广播电视媒体需要转型谋发展 [J]. 新闻研究导刊，2015，6（17）.

（作者单位：山西农业大学信息学院）